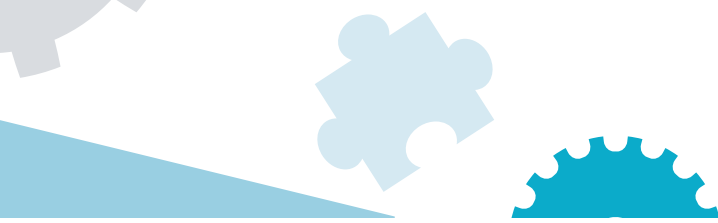




GUIDA PER LA PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE



URGO
INVENT & CARE

SOMMARIO

- 3 **PREFAZIONE**
- 4 **LA CORRUZIONE E IL TRAFFICO DI INFLUENZE** 
- 6 **I REGALI E I SEGNI DI OSPITALITÀ** 
- 10 **I PAGAMENTI FACILITATORI** 
- 12 **IL PATROCINIO E LA SPONSORIZZAZIONE** 
- 14 **ALLEGATO 1 – LIMITI AUTORIZZATI**
- 15 **ALLEGATO 2 – PROCEDURA DI CONVALIDA DELLE AZIONI DI PATROCINIO E DI SPONSORIZZAZIONE**





PREFAZIONE

Nella sua Carta etica, URGO ha solennemente affermato la volontà di bandire la corruzione in ogni sua forma. Ecco perché il Gruppo si impegna a:

- Osservare, in Francia e in tutti i paesi in cui opera, le leggi anticorruzione che vi si applicano;
- Rifiutare la corruzione e promuovere pratiche integre e trasparenti in tutte le sue attività;
- Mobilitare i mezzi necessari per prevenire i rischi di corruzione e sanzionare le pratiche repressibili.

Oggi, il mancato rispetto delle leggi e delle normative internazionali e nazionali in materia di lotta alla corruzione può esporre il Gruppo, i suoi dirigenti e i suoi collaboratori, a pesanti sanzioni penali e civili.

La sfida non è soltanto penale: un'azienda può essere sanzionata anche commercialmente. Può così essere esclusa dai pubblici appalti o essere dichiarata non ammissibile ai finanziamenti pubblici e privati. Inoltre, il rischio per la reputazione dell'azienda è elevatissimo e possono sorgere danni irreversibili non appena le presunte malversazioni sono rese pubbliche, anche senza il pronunciamento di una sentenza.

D'altronde oggi, la maggior parte dei nostri partner chiede garanzie etiche prima ancora di iniziare qualsiasi transazione commerciale. Ciò implica, nella fattispecie, il rispetto di regole in materia di prevenzione della corruzione.

La presente Guida risponde quindi a queste varie sfide.

La corruzione non è costituita soltanto dalla consegna di denaro. Può anche essere esercitata sotto forma di pratiche commerciali o sociali correnti; si può trattare nella fattispecie di inviti, di regali, di presentazioni, di doni, ecc. Ecco perché la presente Guida contiene un primo capitolo sulla corruzione e sul traffico di influenze, quindi alcuni capitoli sulle pratiche che talvolta possono essere assimilate ad atti di corruzione o esporre il Gruppo a rischi rispetto alla legislazione anticorruzione.

Anche se alcuni collaboratori, per via delle loro attività, sono esposti più spesso di altri, ogni individuo può trovarsi di fronte, se non a una richiesta, quantomeno a una situazione ambigua. La corruzione riguarda quindi tutti noi.

Tuttavia, la presente Guida non pretende di coprire tutte le situazioni di corruzione che possono presentarsi nell'ambito delle nostre attività quotidiane. Ognuno deve quindi esercitare il proprio giudizio e dare prova di buon senso. In caso di dubbio sulla condotta da tenere, i collaboratori devono rivolgersi subito al loro superiore diretto, ai loro servizi Risorse Umane o al Compliance Officer.

Inoltre, le regole descritte in questa Guida, a seconda dei casi, dovranno essere armonizzate con le locali normative e legislazioni. Infine, questa Guida non sostituisce le direttive più dettagliate e di più ampio raggio, né le guide tematiche di condotta già pubblicate dal Gruppo.

Il mancato rispetto della presente Guida esporrà il collaboratore a sanzioni disciplinari fatte salve eventuali sanzioni civili e penali (multe, incarcerazione, ecc.).



LA CORRUZIONE e il traffico di influenze

DEFINIZIONE

La **corruzione** può assumere forme diverse, nella fattispecie:

- La corruzione può essere **attiva**: avviene quando si propone o si promette un indebito vantaggio; può essere anche **passiva**: avviene quando si chiedono o si accettano offerte o promesse di denaro, regali, servizi o vantaggi.
- La corruzione può essere **diretta**: cioè quando il vantaggio è dato o promesso alla persona mirata; può essere **indiretta**: quando il vantaggio è dato o promesso a un membro della famiglia o a un parente o a un amico.

La corruzione ha il fine di ottenere da una persona un atto di favore tramite l'esercizio della sua funzione.

La corruzione può essere esercitata nei confronti dei pubblici dipendenti e di tutti i privati cittadini. Il termine «pubblico dipendente» indica una persona depositaria della pubblica autorità, con un incarico di servizio pubblico o con un mandato elettivo pubblico.

Anche l'**istigazione** a commettere atti di corruzione e la complicità in tali atti costituiscono elementi degli atti di corruzione.

Il **traffico di influenze**, per una persona, è il fatto di fare pagare la sua qualità o la sua influenza, reale o presunta, per influenzare una decisione che sarà presa da un terzo.

Implica tre attori: il beneficiario (colui che fornisce i vantaggi o i doni), l'intermediario (colui che utilizza il credito conferitogli dalla sua posizione) e la persona mirata avente il potere decisionale (autorità o pubblica amministrazione, magistrato, perito, ecc.).

Quando nella presente Guida si parlerà di corruzione, si intenderà in linea generale la corruzione in senso stretto e il traffico di influenze.

Queste infrazioni sono punite con multe o pene detentive.

REGOLE E PRINCIPI

Nell'ambito delle relazioni con i terzi, il **principio da seguire** è:

- Non dare, non promettere o non proporre di dare;
- Non ricevere o non chiedere un qualsivoglia vantaggio (denaro, regalo, invito, viaggio, trattamento di favore, ecc.);

nell'intento di influenzare il comportamento di una persona, di una società o di un'organizzazione e ciò per ottenere o conservare un vantaggio economico o commerciale indebito, per sé o per altri.

A **titolo di deroga**, sono ammessi i regali donati in modo simbolico e nel rispetto delle regole enunciate nel seguente capitolo.



LA CORRUZIONE e il traffico di influenze



NECESSARI ACCORGIMENTI

La **remunerazione di un terzo** deve sempre essere la contropartita di un servizio professionale effettivamente reso. Deve essere ragionevole e proporzionata.

Ogni pagamento deve essere effettuato dopo **presentazione di una fattura**, convalidata dal responsabile dell'approvazione del pagamento, preferibilmente tramite bonifico bancario sul conto bancario del partner e dell'importo indicato sulla fattura stessa, conformemente alle stipulazioni contrattuali.

I **versamenti** da o a società che non sono gli acquirenti diretti dei prodotti o i fornitori dei servizi e i pagamenti in paesi diversi da quello dell'unità acquirente o del prestatore di servizi devono essere evitati o, in mancanza, essere oggetto di una previa convalida del proprio servizio legale.

Ogni **sconto e ritorno** deve essere concesso in un interesse commerciale come definito nella politica commerciale della società interessata, conformemente alle procedure di Gruppo e secondo un ambito commerciale contrattuale chiaramente definito (condizioni generali o particolari di vendita, accordo commerciale specifico, ecc.).

Se si è di fronte ad una proposta, **occorre domandarsi:**

- Le leggi e la normativa sono rispettate?
- È conforme alla presente Guida e all'interesse dell'azienda?
- È esente da interesse personale?
- Posso prendere questo impegno apertamente e parlarne a tutte le persone interessate?

In caso di dubbio, non prendere la decisione da soli, in maniera precipitosa o sotto pressione. **Chiedere il parere** del proprio superiore o del Compliance Officer.



I REGALI e i segni di ospitalità

DEFINIZIONE

L'ospitalità e i regali sono **segni di cortesia** che rafforzano la relazione commerciale. I regali e i segni di ospitalità possono essere di **natura diversa**: un oggetto, un pasto, un invito a un evento, un viaggio, un divertimento (spettacolo, concerto, evento sportivo, ecc.). La natura di queste pratiche cambia notevolmente a seconda del paese, dei suoi costumi, delle persone, delle loro convinzioni, dell'azienda e della natura dell'attività commerciale.

La **sproporzione del valore concesso** (qualità, importo, frequenza, risposta a un bisogno personale, ecc.) rispetto agli usi commerciali indica un'anomalia: può essere interpretata come un intento di influenzare una persona o di renderla debitrice. Un vantaggio concesso o percepito per ottenere una contropartita in violazione della legge, degli obblighi contrattuali o professionali rientra in un atto di corruzione.

REGOLE E PRINCIPI

La **regola è il divieto** dei regali o degli inviti, chiesti, ricevuti, proposti o dati, direttamente o indirettamente.

Esistono tuttavia delle **eccezioni**.

Per esempio, i **regali e gli inviti** possono essere ricevuti e donati ad alcune rigorose condizioni:

- Si tratta di regali di cortesia o di reciprocità;
- Sono di un valore modesto e misurato;
- Non hanno per oggetto l'influencare una decisione o una relazione commerciale (esempio: inviti ad eventi collettivi che rivestono un interesse professionale, quale la visita di uno stabilimento del Gruppo);





I REGALI e i segni di ospitalità

- Si tratta di regali di cortesia o di reciprocità;
- Sono di un valore modesto e misurato;
- Non hanno per oggetto l'influenzare una decisione o una relazione commerciale (esempio: inviti ad eventi collettivi che rivestono un interesse professionale, quale la visita di uno stabilimento del Gruppo);
- Fanno parte integrante delle regole del *savoir-vivre* e dei costumi applicabili nel paese in cui interviene l'unità del gruppo URGO;
- Idealmente, l'acquisto di regali da offrire che concorrono a un'opera filantropica (esempio: sviluppo dell'artigianato locale, fabbricazione eseguita da portatori di handicap, ecc.);
- Il loro numero e la loro frequenza restano ragionevoli;
- I regali offerti (diversi dai prodotti di merchandising con un marchio del Gruppo URGO) o ricevuti non superano i limiti monetari locali definiti nell'Allegato 1;
- Devono essere oggetto di una previa informazione scritta sistematica del superiore;
- Tutte le spese e i giustificativi connessi ai regali e ai servizi devono essere riportati nei registri contabili, nella massima trasparenza.

Ad esempio, se un acquirente riceve una scatola di cioccolatini, la può conservare. Superato questo tipo di regalo simbolico, deve rifiutare, pena sanzioni disciplinari e persino penali.

Per quanto riguarda più specificatamente gli **inviti**, con o senza viaggio, offerti o ricevuti:

- Devono avere uno scopo esclusivamente professionale; non devono quindi essere occasione e pretesto per un viaggio di villeggiatura;
- Le spese prese a carico dall'invitante devono essere ragionevoli e la loro natura in relazione con il carattere professionale di tali inviti;
- Si possono proporre attività extra professionali ai beneficiari dell'invito finché il tempo dedicato a queste attività rimanga marginale rispetto all'oggetto principale dell'invito e il loro costo modesto.





I REGALI e i segni di ospitalità

REGOLE E PRINCIPI

Per quanto riguarda i **pasti**, è possibile accettarne od offrirne a un partner commerciale alle seguenti condizioni:

- Il pasto ha come scopo lo scambio di informazioni professionali;
- La frequenza dei pasti non eccede quanto richiesto dagli obiettivi professionali;
- Il valore del pasto è ragionevole a seconda delle circostanze e degli usi locali, nonché dei limiti monetari locali definiti nell'Allegato 1.

Infine, per quanto riguarda l'**intrattenimento** (ad esempio, concerti o eventi sportivi), sono accettabili alle seguenti condizioni:

- Rientrano nell'ambito di un incontro o di una riunione avente per oggetto il discutere argomenti di affari o sviluppare migliori relazioni commerciali;
- Hanno un valore ragionevole;
- Il partner commerciale partecipa egli stesso al divertimento;
- Sono eccezionali e corrispondono a quanto è d'uso nel luogo per i divertimenti connessi agli affari;
- Sono autorizzati dalla legge locale.

Nonostante queste eccezioni, **restano vietati in ogni circostanza:**

- I doni in contanti o equivalenti, i prestiti, i titoli di investimento;
- I regali e gli inviti a condizioni (in cambio di...) o «richiesti» (domandati da un terzo);
- I regali e gli inviti inviati o ricevuti a casa;
- I regali e gli inviti nell'ambito di un procedimento di attribuzione di un appalto o di un contratto;
- I regali e gli inviti in forma di servizi (ad esempio, la promessa dell'assunzione di un parente o di un amico).

I regali e gli inviti destinati ad un dipendente pubblico sono vietati in ogni circostanza.





I REGALI e i segni di ospitalità



NECESSARI ACCORGIMENTI

Prima di accettare o di proporre un regalo o un invito, **vedere i limiti** definiti nell'Allegato 1.

Rifiutare e spiegare educatamente le regole del Gruppo a qualunque cliente o fornitore che chieda o proponga un regalo il cui valore o la cui natura non sia conforme alle regole suddette e in circostanze che il Gruppo non autorizza.

Stare attenti al contesto e al senso che può assumere una regola o un vantaggio. Non deve lasciare supporre nessuna attesa di contropartita.

Anticipare per non mettersi in una «impasse» in cui il rifiuto possa creare un pericolo o una minaccia, fisica o commerciale.

Stupirsi delle situazioni anomale, delle domande inusuali, dei circuiti complessi.

Sforzarsi per evitare di ricorrere a intermediari a catena.

Rispettare la separazione delle funzioni decisionali e di pagamento e la tracciabilità dei pagamenti.

Prima di offrire o di accettare un regalo o un invito, **interrogarsi:**

- Il partner commerciale ha una reputazione dubbia?
- La mia decisione favorevole mi consentirà di usufruire di un vantaggio in cambio?
- Ho un dubbio sulla legalità dell'operazione?
- La vigente legislazione nel paese autorizza i regali, fissa limiti dell'importo?
- Questo regalo potrebbe cambiare il mio comportamento nei confronti della persona o dell'azienda? ma anche il comportamento della persona nei miei confronti o nei confronti della mia azienda?
- Posso parlare con i miei colleghi di questo regalo dato o ricevuto senza sentirmi a disagio?
- Il mio superiore sarebbe d'accordo che offra/riceva questo regalo?

Se per ragioni di protocollo o di cortesia, si deve accettare o proporre un pasto al di fuori delle regole enunciate nella presente Guida, è necessario previamente **informarne** il proprio superiore e in caso di dubbio sulla giustificazione dell'invito **consultare** il Compliance Officer.



IL PATROCINIO e la sponsorizzazione

DEFINIZIONE

I pagamenti facilitatori sono **pagamenti non ufficiali** (in opposizione ai doveri e alle legittime tasse ufficiali) che si versano a un pubblico ufficiale o a un intermediario per facilitare o accelerare le formalità amministrative, quali i rilasci di permessi o di licenze, i visti o i passaggi in dogana, ecc.

Contrariamente alle tangenti, non hanno come risultato un vantaggio indebito o non dovuto per colui che le versa; accelerano o agevolano una transazione.

REGOLE E PRINCIPI

Anche se queste pratiche sono autorizzate in alcuni Stati, i pagamenti facilitatori sono assimilati a un **atto di corruzione** nella maggior parte dei paesi, nella fattispecie in Francia.

Di conseguenza, **URGO vieta rigorosamente i pagamenti facilitatori.**

Tuttavia, in situazioni in cui il pagamento di una piccola somma resta l'unica soluzione che garantisce la sicurezza, la salute e/o l'integrità fisica di un dipendente, si può fare un'eccezione a questo divieto.

Se ne deve presentare un rendiconto entro i più brevi termini.

Ad esempio, sono **autorizzati** i pagamenti per essere ammessi d'urgenza all'ospedale.

Sono invece **vietati** i pagamenti non ufficiali miranti soltanto ad accelerare il rilascio di un visto il cui ottenimento è certo.





IL PATROCINIO e la sponsorizzazione



NECESSARI ACCORGIMENTI

Chiedere un **giustificativo**, quale una fattura, per tutti i tipi di pagamenti fatti.

Come minimo, **scambiare delle mail** con la persona che chiede il pagamento per conservare tracce scritte di questa domanda e ricordare alla persona che ciò è contrario alla Carta etica del Gruppo.

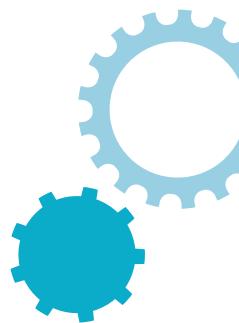
Se si deve effettuare un pagamento facilitatore, tenere una cartella dettagliata degli eventi ed avere dei testimoni, qualora possibile, per identificare e spiegare questo pagamento.

Segnalare immediatamente l'incidente al Compliance Officer.

Dinanzi a una domanda di pagamento, **domandarsi:**

- Cosa paga questo versamento?
- Qual è il suo oggetto?
- Il pagamento è necessario per garantire la mia salute o la mia sicurezza o quella di uno dei miei colleghi o collaboratori?

Se si pensa che i servizi locali quali le dogane ritardino intenzionalmente una procedura fino a rappresentare un rischio contrattuale, **segnalare** questo problema al proprio responsabile e al Country Manager interessato a questa spedizione. Non cercare di gestire da situazione da soli.





IL PATROCINIO e la sponsorizzazione

DEFINIZIONE

I doni e le donazioni sono benefici elargiti sotto forma di denaro e/o di contributi in natura. Sono assegnati per un fine specifico: la ricerca, la formazione, l'ambiente (sviluppo sostenibile), a fini caritatevoli o umanitari, ecc. I contributi politici – in denaro o meno – sono destinati a sostenere dei partiti, dei responsabili o delle iniziative politiche.

La sponsorizzazione è un sostegno finanziario o materiale dato a un evento in cambio di varie forme di visibilità sull'evento.

Tramite il patrocinio o la sponsorizzazione, il Gruppo URGO desidera apportare il suo sostegno finanziario o materiale a un'opera, a un'azione sociale, culturale o sportiva per comunicare e promuovere i suoi valori.

Un dono è illegale rispetto alle regole sulla corruzione se mira a influenzare un'azione ufficiale o a garantirsi un indebito vantaggio.

REGOLE E PRINCIPI

I doni possono essere fatti alle seguenti condizioni:

- Sono concessi a individui o a organizzazioni i cui obiettivi sono compatibili con i principi riportati nella Carta etica del Gruppo e nella presente Guida;
- Sono eseguiti nella massima trasparenza: i pagamenti devono essere trascritti negli appositi registri contabili e i versamenti in contanti o in conti privati sono vietati;
- Devono seguire tassativamente la seguente procedura:
 - o Qualunque operazione di patrocinio o di sponsorizzazione è oggetto di una previa domanda scritta che descrive l'identità del beneficiario, la natura dell'operazione, l'importo totale interessato e lo scopo perseguito;
 - o La domanda è soggetta a una doppia convalida riportata per iscritto: il Direttore generale/ General Manager convalida dopo avere ottenuto l'accordo scritto del Direttore del Dipartimento da cui dipende.

Sono vietati i doni in favore di organismi:

- In cui un dipendente del Gruppo URGO avrebbe, direttamente o indirettamente, un personale interesse finanziario o materiale (nella fattispecie, è vietato sponsorizzare la squadra di calcio in cui gioca il figlio di un collaboratore);
- Le cui attività passate, la cui reputazione e i cui riferimenti creano un legittimo sospetto su pratiche dubbie o non etiche;
- La cui attività conduce al finanziamento di un partito politico o di un sindacato.



IL PATROCINIO e la sponsorizzazione



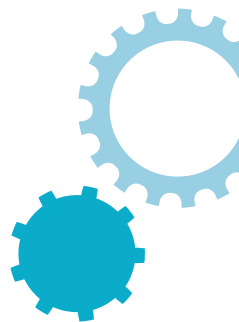
NECESSARI ACCORGIMENTI

Se viene richiesto che URGO faccia un dono o sponsorizzi un evento, **applicare** la procedura suddetta e riportata nell'Allegato 2.

Prima di proporre un dono o di accettare di effettuare un dono, **interrogarsi**:

- La reputazione e la legittimità (rispetto ai suoi obiettivi) dell'organismo beneficiario sono corretti?
- Le attività del beneficiario sono in armonia con valori di URGO?
- Il dono pensato è conforme alla normativa locale?

In caso di dubbio, **chiedere** al proprio superiore o al Compliance Officer.



ALLEGATO 1

LIMITI AUTORIZZATI

Il seguente regolamento si applica esclusivamente agli invitati dei dipendenti URGO e ai dipendenti URGO invitati da terzi. Per uso interno dei dipendenti URGO, fare riferimento alle politiche interne di viaggio o di spese.

A prescindere dal paese:

- **Alloggio:** Hotel fino a 4 stelle, eccetto in casi specifici debitamente documentati e previamente accettati dal Direttore Generale o dal Country Manager. In nessun caso è permesso l'alloggio presso un resort o un albergo con SPA.
- **Viaggio in aereo:** Economy se il volo dura meno di 5 ore / Business se dura più di 5 ore
- **Viaggio in treno** (nei paesi in cui esiste una rete ferroviaria): Preferibilmente seconda classe
- **Pranzo - Cena** (a testa/bevande incluse): massimo 50€
- **Regalo** (valore di mercato per regalo/IVA inclusa): massimo 50€

Eccezione:

A **Singapore** è rigorosamente vietato invitare partner commerciali, offrire loro dei regali e accettare regali o inviti da parte loro.



ALLEGATO 2

PROCEDURA DI CONVALIDA DELLE AZIONI DI PATROCINIO E DI SPONSORIZZAZIONE

La presente procedura si applica a qualsivoglia operazione di patrocinio o di sponsorizzazione:

- La natura del contributo: contributo finanziario o dono di prodotti,
- L'obiettivo dell'operazione,
- Il paese di realizzazione,
- Il beneficiario, e ciò anche se ha già ricevuto contributi per operazioni di patrocinio o di sponsorizzazione.

Le operazioni di patrocinio o di sponsorizzazione sono soggette a una doppia convalida scritta (bastano scambi di mail).

Fase 1: Il promotore di un'operazione di patrocinio o di sponsorizzazione deve presentare al Direttore Generale/General Manager della sua unità una domanda scritta in cui sono indicati:

- la precisa identità del beneficiario:
 - se è una persona fisica: cognome, nome, indirizzo, professione,
 - se è una persona morale: denominazione sociale, numero di iscrizione nel Registro delle imprese (o equivalente), indirizzo, nomi dei rappresentanti legali, nome e funzione del contatto nell'entità.
- la natura dell'operazione,
- l'importo totale interessato,
- e lo scopo perseguito.

Fase 2: Se il Direttore Generale/General Manager convalida l'operazione, deve chiedere l'accordo scritto del Direttore del Dipartimento da cui dipende.

Fase 3: Se il Direttore del Dipartimento convalida l'operazione, il Direttore Generale/General Manager trasmette la doppia convalida scritta al promotore dell'operazione che la archivia in modo tale da poter giustificare in qualunque momento il rispetto della presente procedura.




URGO
INVENT & CARE